

Calidad e indicación geográfica

Bernard Bridier
Cirad, UMR Innovation

Bernard.bridier@cirad.fr

Un contexto en evolución

- Mercados bajo el impacto de la globalización (libre comercio, macroactores - gran distribución -, exportación y mercado interno)
- Consumos en evolución (salud y seguridad, identidades, ética)

Las ventajas competitivas

- Porter
 - Competencia por los precios
 - Producción de masa
 - A costos los más bajos
 - Productividad elevada
 - Competencia por la diferenciación
 - Calidad particular
 - Protección de la calidad
 - Mantenimiento de la reputación

La calidad territorial

- Paradoja de Porter (Harvard B J 1998):
- “En la economía global, las ventajas competitivas perennes se basan cada vez más en datos locales - conocimientos, relaciones, motivación - que rivales distantes no pueden igualar”

4 grandes tipos de estrategia de territorio

- Renta de proximidad: circuitos cortos, venta directa.
- Renta extensiva: reducción de los costos por utilización extensiva del territorio (éxodo rural)
- Renta intensiva: reducción de los costos por utilización de renta de fertilidad
- Renta de calidad: innovación de producto, activación de recursos locales


La calidad

- “La calidad es el conjunto de las propiedades y características de un producto, o de un servicio, que le confiere su aptitud a cubrir las necesidades implícitas o explícitas de los consumidores” (norma ISO 8402)

Necesidades/la calidad

- Funciones biológicas de la alimentación
- Función hédonica de la alimentación
- Función social y cultural de la alimentación

Calidad genérica

- General - **obligatoria** - se aplica a todos
- Norma social,  reglamentación
- Clasificación (grados) común a todos los protagonistas
- Definida, controlada, garantizada por el Estado.
- Sanción: **penal**
- Debate
 - calidad proceso (obligación de medio) vs calidad del producido (obligación de resultado)
- Problemas
 - Nivel deseable/posible
 - Coste, pagador?
 - armonización internacional

Calidad específica

- Voluntario → Segmentación del mercado
- Sanción: comercial (retirada de autorización)
- Método de obtención (procedencia geográfica, bio, comercio equitativo, bienestar animal,...) : ***no visible por el cliente***
- Producto (ingredientes, receta, edad, color, raza, variedad, tipo de azúcar, perfume, gusto...) : ***visible por el cliente***
- Producto + Método (denominación de origen): ***características***
- ***identificables por el cliente experto***

Las empresas y los sectores utilizan una gama de señales distintivas

La incertidumbre sobre la calidad

- Asimetría de la información
- Akerlof
 - “The markets for lemons”

Atributos de calidad

- **Tres tipos de atributos**
 - Atributos de conocimiento: identificables en la adquisición
 - Atributos de experiencia: identificables en el uso
 - Atributos de confianza: no comprobables o solamente a largo plazo

Atributos de experiencia/confianza

Atributos de experiencia	Atributos de confianza
<ul style="list-style-type: none">•Gusto•Frescura•Conveniencia	<ul style="list-style-type: none">• Salubridad/higiene• Carácter natural• Condiciones de producción• Exclusivo/raro• Origen

Incertidumbre e información

- ¿Cómo obtener la información?
- Por los productores
 - Intercambios directos
 - Etiquetas
 - Comunicación
- Por una tercera parte
 - Certificación (normas, modelos)
 - Prescripción

Indicadores de calidad

Indicadores intrínsecos

- Apariencia
- Color
- Forma
- Tamaño
- Estructura

Indicadores extrínsecos

- Precio
- País de origen
- Lugar de compra
- Información alimenticia sobre la fabricación
- Señales de calidad

Señales privadas de calidad

- **Marcas privadas**
- **Marcas de certificación:**
Pliego de condiciones + Certificación por Tercero
- **Asociaciones de productores**
Pliego de condiciones + Certificación por asociación
- **Guías prescriptivas y medallas**

Señales oficiales de calidad

- Agricultura organica
- Indicaciones geográficas (DOP, IGP)

Señales oficiales: Pliego de condiciones +
Certificación (por tercero) + garantía por el
Estado

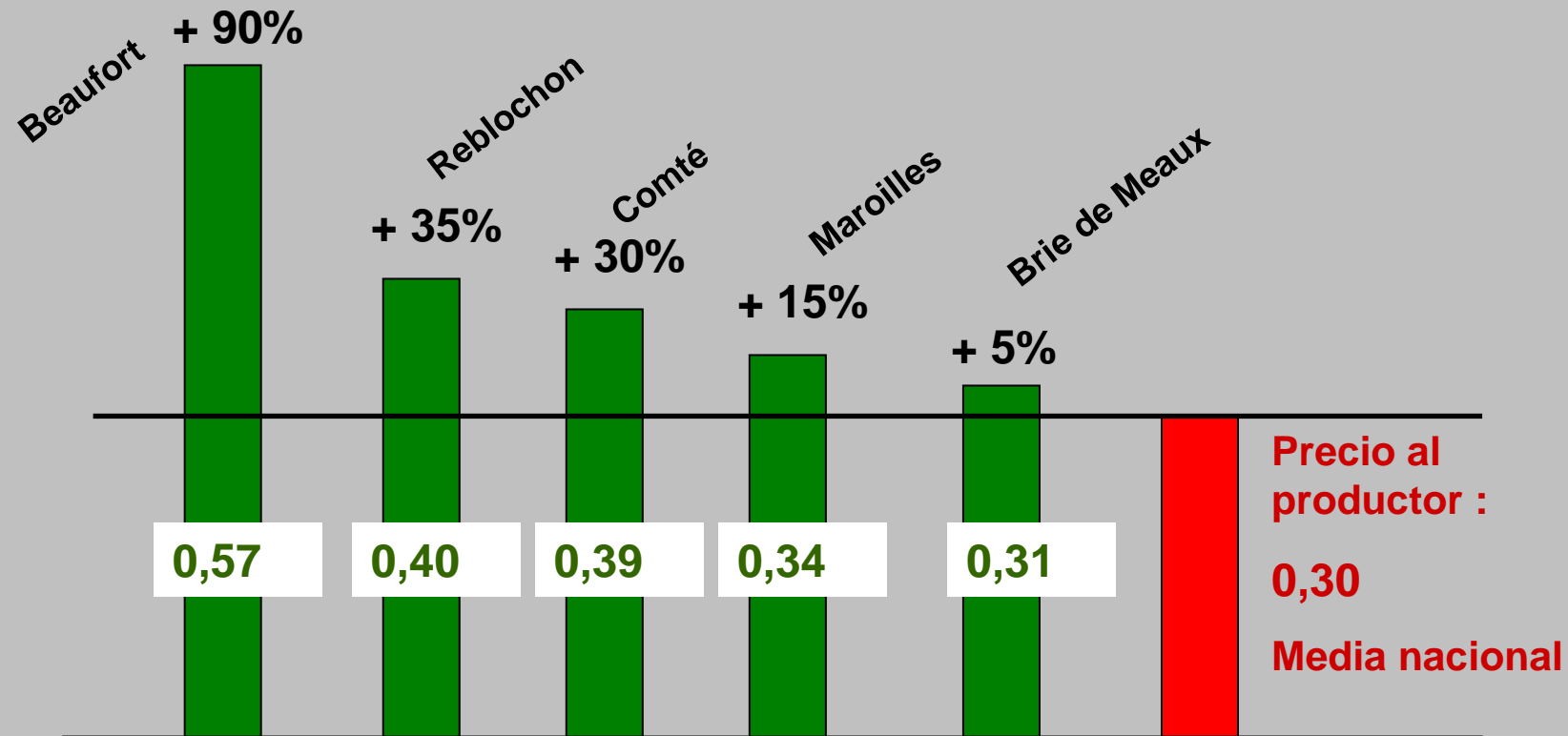
Las IG

4 éléments constitutivos :

- Un producto con una identidad vinculada a su origen geográfico, su tierra (= typicidad)
- Una zona de producción bien delimitada
- el respeto de normas y disposiciones particulares que los productores se impusieron
- Una **notoriedad** bien establecida

Impacto de la diferenciación

Diferenciación y aumento del valor agregado

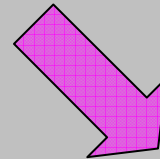


Source: Franck DUPONT DPEI/ MAAPAR

Comté versus Emmental : orígenes similares pero dos estrategias de desarrollo diferentes

Orígenes

- Zona geográfica
- al inicio para guardar la leche



COMTE

Estrategia de diferenciación IG

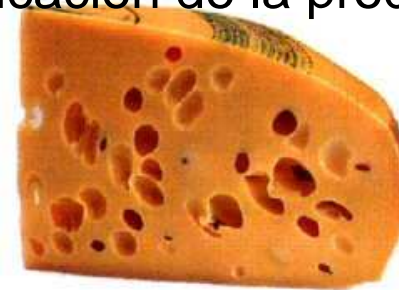
Protección del patrimonio y
desarrollo local



EMMENTAL

Estrategia Industrial por los
precios

Producto genérico y
desubicación de la producción

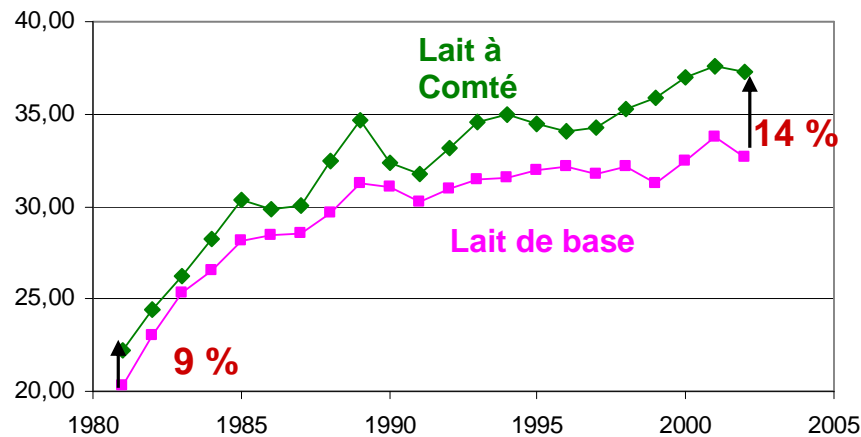


Venezuela 20

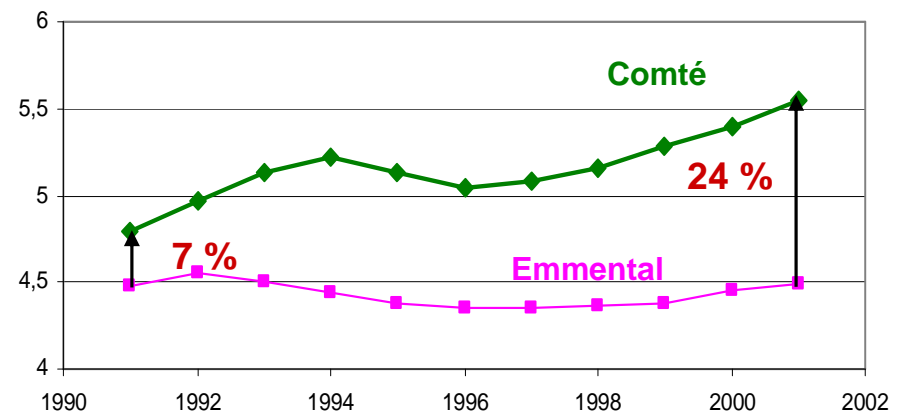
Impacto económico sobre la cadena

Precios mas elevados y evolucion de los precios mas favorable

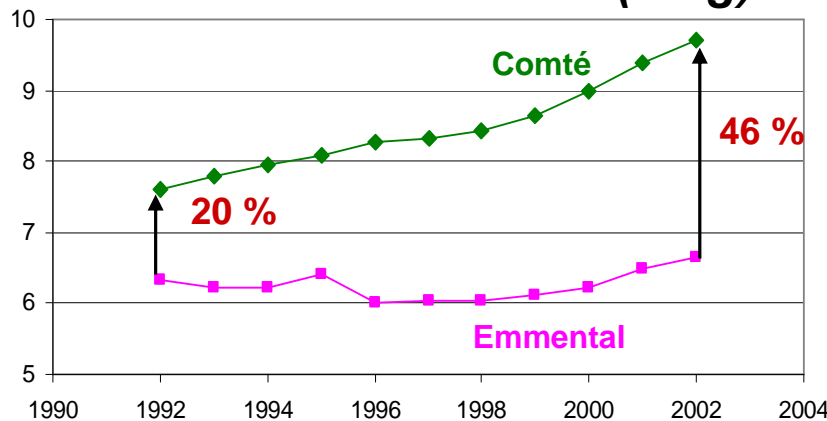
Precio de la leche (€/hl)



Precio al mayor affineur (€/kg)



Precio al consumidor (€/kg)



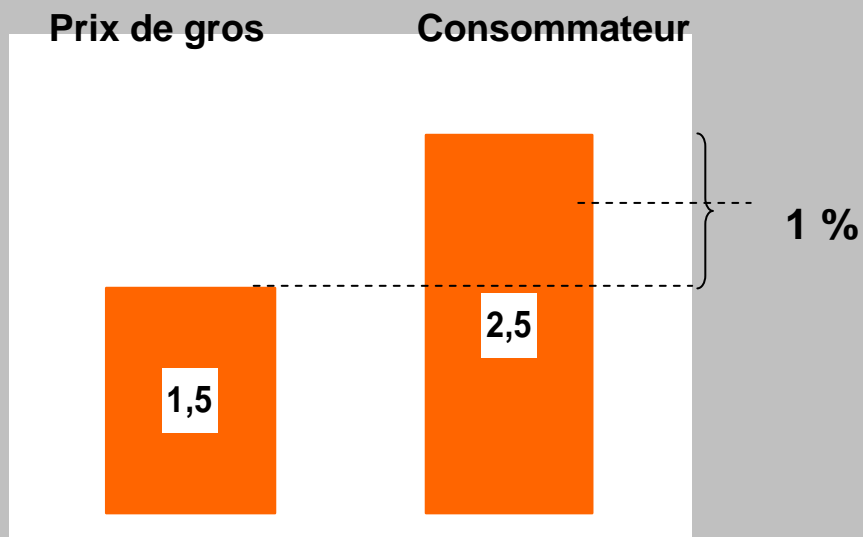
- ➔ El Comté eta posicionado en un segmentp de alto nivel
- ➔ El Emmental es mas considerado como un ingrédiente (55 % de gruyère râpé)

Venezuela 2011

Résistancia de la cadena antes la la gran distribucion

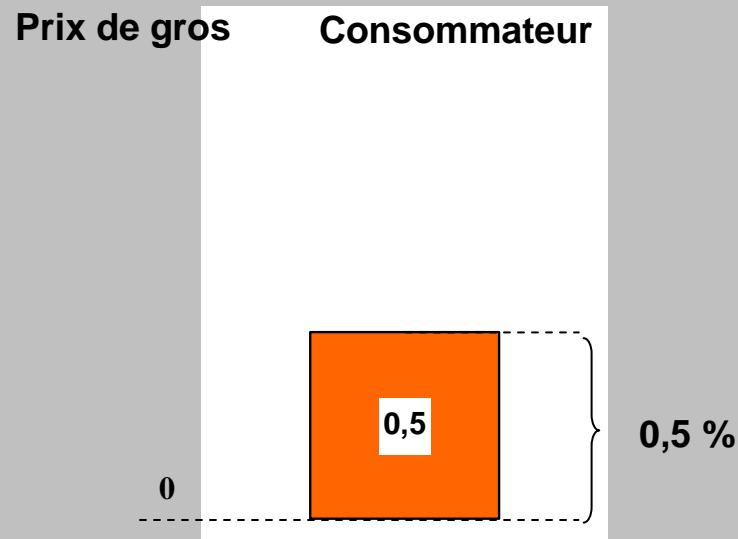
COMTE

Appropriation de 1 point de croissance par la grande distribution, soit 40% de la croissance globale.



EMMENTAL

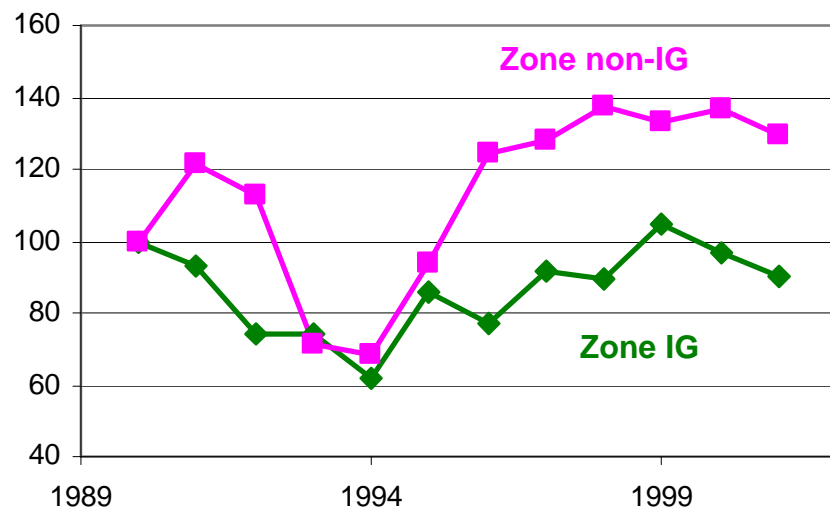
Appropriation de 0,5 point de croissance par la grande distribution, soit 100% de la croissance globale.



Impacto ambiental: IG Comté

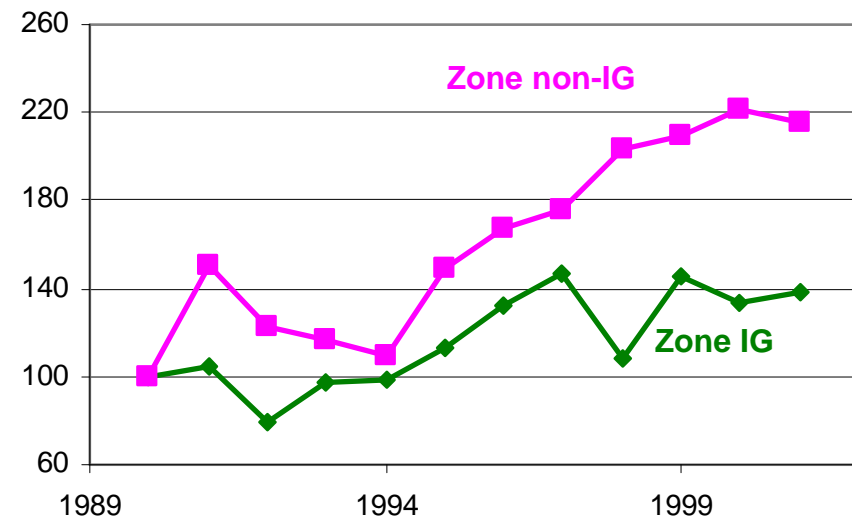
El pliego de condiciones de la producción de IG Comté implica:

- una menos intensificación
- una mejora protección del medio ambiente



Utilisation fertilisantes par ha de SAU⁽¹⁾ – base 100 en 1990

Source : DRAF Franche Comté

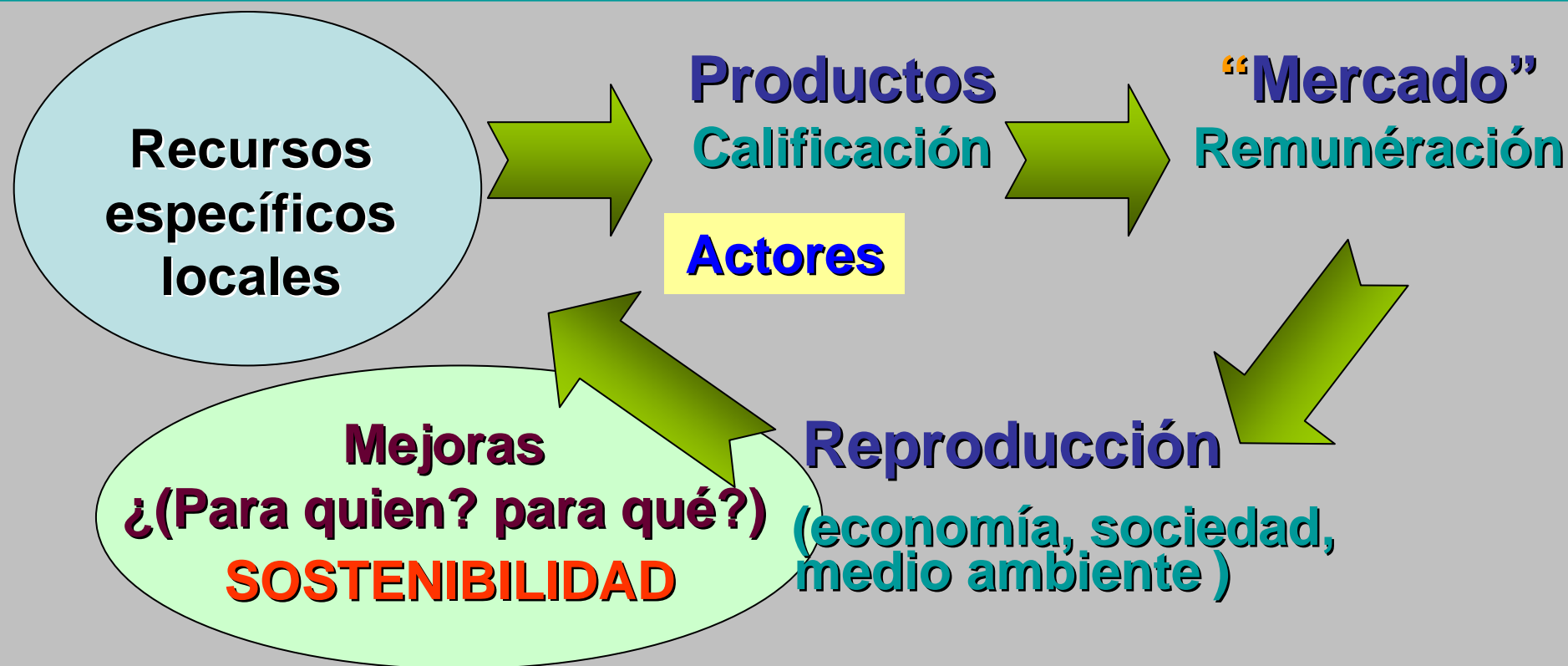


Utilisation de phytosanitaires par ha de SAU⁽¹⁾ – base 100 en 1990

Source : DRAF Franche Comté

- L'utilisation d'intrants a cru 2,5 fois moins vite dans la zone AOC qu'en dehors
- Le taux de chargement est de 0,95 bovin/ha en zone AOC contre 1,11 en dehors
- 30 à 65 espèces botaniques sont référencées par champ dans la zone AOC contre une dizaine d'espèces seulement dans une prairie artificielle

Círculo virtuoso de la valorización de los Productos de Origen



- El sistema de protección sólo es uno de los instrumentos posibles
- Importancia de la animación rural y la acción colectiva
- La protección IG no es el final del proceso, al contrario.

Impacto al paisaje: AOC Comté

El IG Comté también permitió preservar paisajes abiertos, transición entre los campos y el bosque, tradicionales de las zonas de ganadería del monte Jura



**Montagne du Jura,
paisaje abierto, postreros
(zone IG)**



**Paysage de Hautes Vosges
(fuera de zona IG), cerrandose**



**Paysage de Haute Saône
(fuera de zona IG),
cerrado**

Las IG: una herramienta de desarrollo rural

- Reconocimiento y conservación de los saber hacer técnicos
- Refuerzo de la viabilidad y la sostenibilidad de las explotaciones agrícolas
- Refuerzo de las capacidades de producción
- Protección del patrimonio y el paisaje

Source: DPEI MAAPAR



Je vous remercie de votre attention...